

REGOLAMENTO PER LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

ARTICOLO 1 OGGETTO E FINALITA'

1. In aderenza ai principi di efficienza, efficacia e trasparenza, il presente regolamento disciplina l'oggetto della sponsorizzazione da parte di terzi di iniziative promosse, organizzate o gestite dall'Università degli studi di Brescia.
2. Le iniziative di sponsorizzazione, assunte rigorosamente in conformità e nell'ambito dei fini istituzionali dell'Università, debbono favorire l'innovazione organizzativa, il miglioramento qualitativo e quantitativo dei servizi, la realizzazione di economie e/o acquisizioni di nuove entrate.
3. La sponsorizzazione può essere rivolta anche nei confronti di studenti meritevoli con il loro consenso ed accettazione espressa, per finanziare l'attività di studio ed anche in prospettiva di successiva collaborazione lavorativa con lo studente. A tal fine saranno rese pubbliche con adeguate modalità le ipotesi di sponsorizzazione aperte alla candidatura di studenti che vi abbiano interesse.

ARTICOLO 2 DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a. per contratto di sponsorizzazione, un contratto a titolo oneroso e a prestazioni corrispettive mediante il quale l'Università (Sponsee) nell'ambito delle proprie iniziative offre ad un terzo (Sponsor), che si obbliga a fornire un predeterminato corrispettivo in beni, servizi, denaro od altra utilità, la possibilità di pubblicizzarne in appositi e predeterminati spazi, il nome, il logo, il marchio, i prodotti;
 - b. per sponsorizzazione, ogni contributo in beni o servizi, danaro od ogni altra utilità proveniente da terzi, allo scopo di promuovere l'immagine o il loro nome, marchio, attività, prodotti.
 - c. per sponsor, il soggetto privato (persona fisica o giuridica) o il soggetto pubblico che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con l'Università;
 - d. per spazio pubblicitario, lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che l'Università mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

ARTICOLO 3 SCELTA DELLO SPONSOR

1. In conformità al Dlgs 163/2006, cd. Codice dei contratti pubblici, la scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura di evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso, quando la sponsorizzazione reca un importo pari o superiore a 40.000,00 euro (iva esclusa). E' fatta salva la possibilità di ricorrere alla procedura negoziata così come previsto dall'art. 57 del Dlgs 12 Aprile 2006 n. 163 e s.m..
2. L'affidamento diretto di contratti di sponsorizzazioni per importi inferiori a 40.000,000 euro (Iva esclusa) se per motivate ragioni di speditezza e celerità amministrativa
3. All'avviso è data pubblicità nelle forme di rito e mediante inserimento nel sito internet dell'Università; è inoltre possibile qualsiasi altra forma di pubblicità, anche diretta, ritenuta di volta in volta più idonea per una maggior conoscenza e partecipazione.
4. L'avviso deve contenere i seguenti dati minimi:
 - a. l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico progetto di sponsorizzazione;

- b. la possibilità di revoca o recesso del contratto nei casi previsti all'art. 6;
 - c. l'esatta indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
 - d. le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione, nonché le eventuali garanzie richieste ;
 - e. la durata della sponsorizzazione;
 - f. i criteri di scelta, nel caso siano presentate più offerte;
 - g. l'eventuale diritto di esclusiva ;
5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e deve indicare:
- a. il bene, il servizio, l'immagine, ecc. che si intende pubblicizzare;
 - b. il corrispettivo della sponsorizzazione;
 - c. l'impegno a sottoporre alla Università preliminarmente le modalità ed il contenuto della sponsorizzazione.
6. L'offerta deve, inoltre, contenere l'assunzione di tutte le responsabilità collegate al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.

ARTICOLO 4 GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI

1. Il contratto di sponsorizzazione che sarà stipulato tra le parti dovrà prevedere:
- a) il diritto per lo sponsor ad una forma di pubblicità nel corso delle iniziative per le quali è prevista;
 - b) le forme di promozione, comunicazione e pubblicità;
 - c) la durata del contratto di sponsorizzazione;
 - d) il corrispettivo per la sponsorizzazione e gli obblighi assunti dallo sponsor;
 - e) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze, oltre ad altri eventuali accordi.
2. Il corrispettivo della sponsorizzazione deve essere, di regola, fornito prima della firma del contratto; il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza dell'affidamento.

ARTICOLO 5 AFFIDAMENTO A TERZI DELL'INCARICO DEL REPERIMENTO DI SPONSORIZZAZIONI

L'Università potrà, se risulti più conveniente sotto il profilo organizzativo economico e funzionale, anche affidare l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario in regime di convenzione, secondo le ordinarie regole di selezione dei contraenti ed in conformità al predetto art. 3.

ARTICOLO 6 CASI ESCLUSI

1. L'Università rifiuta qualsiasi sponsorizzazione nei casi in cui:
- a. ritenga possa derivare un conflitto d'interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
 - b. ravvisi a proprio insidicabile giudizio, nel messaggio pubblicitario un potenziale pregiudizio o danno alla sua immagine e/o alle proprie iniziative;
 - c. sia in corso con l'offerente una controversia legale;
 - d. l'offerta risulti inaccettabile per motivi di opportunità generale, rimessi al suo prudente apprezzamento.

2. Sono in ogni caso escluse sponsorizzazioni riguardanti:
 - a. propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - b. pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di materiale pornografico o a sfondo sessuale, o comunque in violazione di ordine pubblico;
 - c. messaggi comunque offensivi per la dignità e libertà delle persone o espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.
3. Nei casi esclusi, ove l'ipotesi si verifichi dopo la conclusione del contratto e in fase di esecuzione, l'Università potrà anche recedere dal contratto di sponsorizzazione, previa contestazione allo sponsor e valutazione delle sue eventuali giustificazioni.

ARTICOLO 7 NORMA DI RINVIO

Per quanto non previsto dal presente Regolamento si applica la normativa vigente in materia, nonchè l'art. 26 del Dlgs 163/2006, qualora oggetto della sponsorizzazione sia la realizzazione di un'opera pubblica .